

PENGARUH PRODUK, HARGA, PROMOSI, TEMPAT TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI JERSEY DAN SEPATU
FUTSAL DI TOKO CAK DOLI

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis pada FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur



Oleh :

JEFREY DWI SATRIO
NPM. 0942010037

YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2013

PENGARUH PRODUK, HARGA, PROMOSI, TEMPAT TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI JERSEY DAN SEPATU FUTSAL DI
TOKO CAK DOLI

Disusun Oleh :
JEFREY DWI SATRIO
NPM. 0942010037

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,
Pembimbing Utama

Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP.196503261993092001

Mengetahui,
DEKAN

Dra. Hj. Suparwati, M.Si
NIP. 195507181983022001

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah dan karunia-Nya kepada penulis sehingga skripsi dengan judul “Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Tempat Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Jersey dan Sepatu Futsal di Toko Cak Doli” dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dra. Sonja Andarini, M.Si selaku dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasehat serta motivasi kepada penulis. Dan penulis juga banyak menerima bantuan dari berbagai pihak baik, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Dra. Hj. Suparwati, M.Si selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Lia Nirawati, M.Si selaku ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku sekretaris Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak dan Ibu dosen Ilmu Administrasi Bisnis maupun staf karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, yang telah memberikan Ilmu Pengetahuan dan dukungan kepada penulis.

5. Kedua orang tua terutama Ibu saya yang telah tiada memotivasi saya untuk menyelesaikan segera tugas akhir ini yang memberikan dukungan baik moril maupun materiil.
6. Cak Doli yang telah berkenan untuk memberikan informasi dan waktunya kepada penulis
7. Teman – teman seperjuangan yang angkatan 2009 di jurusan Administrasi Bisnis

Semoga segala bantuan dan kebaikan yang telah diberikan tersebut mendapat limpahan berkat dari Allah SWT. Penulis menyadari dengan segala kerendahan hati bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna dan banyak kekurangan. Oleh karena itu segala kritik dan saran yang bersifat membangun senantiasa penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Harapan penulis semoga dengan terselesainya proposal ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pihak. Amin

Surabaya, Desember 2013

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

LEMBAR PERSETUJUAN ii

KATA PENGANTAR..... iii

DAFTAR ISI v

DAFTAR TABEL x

DAFTAR GAMBAR..... xi

DAFTAR LAMPIRAN..... xii

ABSTRAKSI..... xiii

BAB I PENDAHULUAN..... 1

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah 4

1.3 Tujuan Penelitian 4

1.4 Manfaat Penelitian 5

BAB II KAJIAN PUSTAKA..... 6

2.1 Landasan Teori..... 6

2.1.1 Manajemen Pemasaran..... 6

2.1.2. Konsep Pemasaran..... 7

2.1.3 Pengertian Pemasaran 9

2.1.4 Strategi Pemasaran 11

2.1.5 Bauran Pemasaran 13

2.2 Pengertian Produk 16

2.2.1 Penggolongan Produk.....	17
2.3 Pengertian Harga.....	21
2.3.1 Metode Penetapan Harga.....	21
2.3.2 Tujuan Penetapan Harga.....	24
2.3.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat harga.....	25
2.4 Promosi.....	26
2.4.1 Pengertian Promosi.....	25
2.4.2 Fungsi Promosi.....	28
2.4.3 Tujuan Promosi.....	28
2.4.4 Bentuk-bentuk Promosi.....	29
2.5 Tempat/Distribusi.....	33
2.5.1 Pengertian Tempat/Distribusi.....	34
2.5.2 Fungsi-fungsi Distribusi.....	35
2.5.3 Faktor-faktor yang Diperhatikan dalam Pemilihan Tempat.....	35
2.6 Keputusan Pembelian.....	36
2.6.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	37
2.6.2 Proses Keputusan Konsumen Membeli.....	38
2.6.3 Faktor-faktor yang Berpengaruh terhadap Keputusan Membeli.....	39
2.7 Kerangka Berpikir.....	39
2.8 Hipotesis.....	42
BAB III METODE PENELITIAN.....	44
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	44
3.1.1 Definisi Operasional.....	44

3.1.2 Pengukuran Variabel.....	46
3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	46
3.2.1 Populasi	46
3.2.2 Sampel.....	47
3.2.3 Teknik Penarikan Sampel.....	48
3.3 Teknik Pengumpulan Data	48
3.3.1 Jenis Data.....	48
3.3.2 Sumber Data	49
3.3.3 Teknik Pengumpulan Data	49
3.4 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	50
3.4.1 Uji Validitas.....	50
3.4.2 Uji Reliabilitas	50
3.5 Uji Asumsi Klasik / BLUE (Best Linear Unbiased Estimator)	52
3.6 Teknik Analisa Data.....	55
3.7 Uji Hipotesis.....	56
3.7.1 Uji F.....	56
3.7.2 Uji T.....	57
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	60
4.1.1 Sejarah Singkat Toko Cak Doli	60
4.2 Penyajian Data.....	61
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden	
Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61

4.2.2	Deskripsi Karakteristik Responden	
	Berdasarkan Usia	62
4.2.3	Deskripsi Karakteristik Responden	
	Berdasarkan Pekerjaan	63
4.2.4	Deskripsi Variabel Produk (X_1).....	63
4.2.5	Deskripsi Variabel Harga (X_2).....	65
4.2.6	Deskripsi Variabel Promosi (X_3)	66
4.2.7	Deskripsi Variabel Tempat (X_4)	70
4.2.8	Deskripsi Variabel Keputusan Konsumen Membeli (Y)	70
4.3	Analisis dan Pengujian Hipotesis	71
4.3.1	Uji Validitas.....	71
4.3.2	Uji Reliabilitas	75
4.3.3	Uji Asumsi Klasik/BLUE (Best Linier Unbiased Estimator) .	76
4.3.4	Regresi Linier Berganda.....	80
4.4	Pengujian Hipotesis	83
4.4.1	Uji Simultan (Uji F)	83
4.4.2	Analisis Secara Parsial (Uji t).....	85
4.5	Pembahasan.....	89
4.5.1	Pembahasan Secara Simultan (Uji F).....	89
4.5.2	Pembahasan Secara Parsial (Uji t)	89

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan.....	93
5.2	Saran	94

DAFTAR TABEL

		Halaman
3.1	Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi.....	54
4.1	Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
4.2	Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	62
4.3	Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	63
4.4	Tabel Hasil Jawaban Responden Untuk Variabel Produk (X_1)	64
4.5	Tabel Hasil Jawaban Responden Untuk Variabel Harga (X_2).....	66
4.6	Tabel Hasil Jawaban Responden Untuk Variabel Promosi (X_3).....	67
4.7	Tabel Hasil Jawaban Responden Untuk Variabel Tempat (X_4).....	68
4.8	Tabel Hasil Jawaban Responden Untuk Variabel Keputusan Konsumen Membeli (Y).....	70
4.9	Tabel Uji Validitas Variabel Produk (X_1)	72
4.10	Tabel Uji Validitas Variabel Harga (X_2)	73
4.11	Tabel Uji Validitas Variabel Promosi (X_3).....	73
4.12	Tabel Uji Validitas Variabel Tempat (X_4).....	74
4.13	Tabel Uji Validitas Variabel Keputusan Konsumen Membeli (Y)	74
4.14	Tabel Hasil Uji Reliabilitas.....	75
4.15	Tabel Hasil Uji Multikolinier.....	77
4.16	Tabel Hasil Uji Heterokedasitas.....	77
4.17	Tabel Hasil Uji Normalitas	79
4.18	Tabel Hasil Regresi Linier Berganda	81

4.19	Tabel Hasil Uji F	83
4.20	Tabel Hasil Uji t	95

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar2.1 Bagan Kerangka Berpikir.....	42
Gambar3.1 Kurva Uji F	57
Gambar3.2 Kurva Uji t.....	59
Gambar4.1 Uji Normalitas	80
Gambar4.2 Daerah Penerimaan dan Penolakan HoUji F.....	84
Gambar4.3 Kurva Daerah Penerimaan atau Penolakan Variabel X_1	85
Gambar4.4 Kurva Daerah Penerimaan atau Penolakan Variabel X_2	86
Gambar4.5 Kurva Daerah Penerimaan atau Penolakan Variabel X_3	87
Gambar4.6 Kurva Daerah Penerimaan atau Penolakan Variabel X_4	88

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Produk (X_1)
- Lampiran 2 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Harga (X_2)
- Lampiran 3 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Promosi (X_3)
- Lampiran 4 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Tempat (X_4)
- Lampiran 5 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Keputusan Konsumen Membeli (Y)
- Lampiran 6 Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 7 Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda
- Lampiran 8 Tabel Distribusi Nilai F
- Lampiran 9 Tabel Distribusi Nilai t
- Lampiran 10 Tabel Distribusi Nilai r

PENGARUH PRODUK, HARGA, PROMOSI, TEMPAT TERHADAP KEPUTUSAN
KONSUMEN MEMBELI JERSEY DAN SEPATU
FUTSAL DI TOKO CAK DOLI

Oleh :
JEFREY DWI SATRIO
NPM. 0942010037

Pada era globalisasi saat ini segala sesuatu berjalan dan berkembang dengan pesat. Tidak terkecuali dalam dunia industri perlengkapan olahraga yang berkembang begitu cepat dengan memberikan kelebihan masing – masing dari sebuah brand. Terhitung beberapa merk ternama yang saat ini beredar sangat pesat di dunia, yaitu Nike, Adidas, Puma, Lotto, Mizuno, dan lain sebagainya yang mensponsori klub – klub elit dunia seperti Barcelona, Manchester United, PSG , Newcastle United. Jersey dan sepatu futsal dari merk – merk tersebut memang sedang digemari dan mendapatkan penjualan tertinggi di dunia. Perumusan masalah dari penelitian ini adalah Apakah Produk, Harga, Promosi dan Tempat secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Konsumen Membeli Jersey dan Sepatu Futsal di Toko Cak Doli.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel produk, harga, promosi, tempat. Sample yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 97 orang pengguna atau konsumen dari toko Cak Doli. Jenis data yang digunakan untuk penelitian ini adalah data primer dengan menyebarkan kuesioner pada 97 orang pengguna atau konsumen layanan toko Cak Doli. Teknik analisis yang digunakan adalah tehnik analisis regresi linier berganda.

Hasil dari penelitian ini adalah variabel produk, harga, promosi, tempat secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen membeli jersey dan sepatu futsal di toko Cak Doli. Variabel produk, harga, promosi, tempat secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen membeli.

Keyword : Produk (X_1), Harga (X_2), Promosi (X_3), Tempat (X_4) dan Keputusan Konsumen Membeli (Y)

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan kemajuan teknologi, dunia bisnis saat ini ikut mengalami banyak perubahan yang begitu cepat. Konsumen menuntut dan menginginkan suatu produk yang sesuai dengan selera, kebutuhan, dan daya beli mereka. Hal ini menyebabkan banyak perusahaan baik dalam negeri (local) maupun luar negeri saling bersaing menciptakan berbagai macam produk dengan kebutuhan dan selera konsumen yang kompleks. Perusahaan dalam memenangkan persaingan harus menampilkan produk terbaik dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah. Hal ini menyebabkan perusahaan wajib memahami perilaku konsumen yang selalu berkembang karena penting untuk menentukan pengambilan keputusan pembelian.

Dalam dunia olahraga, sangat penting artinya untuk mempunyai perlengkapan yang mendukung sebuah cabang olahraga. Sebagai contoh adalah futsal, olahraga sepakbola dalam ruangan ini sudah dikenal dari berbagai kalangan usia. Olahraga ini membutuhkan perlengkapan, yaitu antara lain kostum tim, kaos kaki, pelindung kaki, sepatu.

Kini, tidak asing dan tidak sulit untuk menemukan sebuah toko yang menjual perlengkapan yang berhubungan dengan futsal dari tipe replika sampai dengan

original. Banyak pula apparel olahraga ternama yang bersaing, seperti Adidas, Nike, Puma, dan lain sebagainya. Dilihat dari keberagaman apparel olahraga yang beredar, terjadi pula dengan model dan harga yang ditawarkan oleh penjual. Konsumen dituntut untuk lebih jeli dalam hal pemilihan produk yang ditawarkan agar sesuai dengan kebutuhan dan daya belinya.

Sama halnya dengan toko Cak Doli yang merupakan penjual jersey dan sepatu futsal replika original yang telah berdiri sebagai usaha keluarga selama 15 tahun memasuki tahun 2013. Toko ini memang tidak berdiri megah melainkan berdiri diatas rumah pribadi dari Cak Doli. Lengkapnya produk merupakan kelebihan tersendiri di toko ini, baik jersey klub-klub eropa dan sepatu futsal dengan berbagai macam apparel. Harga, promosi, dan tempat juga tidak diabaikan oleh Cak Doli sendiri membuat toko ini tetap hidup dan ramai pelanggan meskipun telah beredar pesaing sejenis.

Untuk menarik minat konsumen membeli, maka toko Cak Doli menawarkan produk yang beraneka ragam, seperti jenis jersey AC Milan, Manchester United, Liverpool, Chelsea, Juventus, dan lain sebagainya. Sedangkan jenis sepatu futsal, diantaranya adalah tipe Mercurial, Tiempo, Predator, F50, Evospeed, dan lain sebagainya. Mengingat produk adalah segala sesuatu yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan manusia maupun organisasi.

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas sebuah produk. Sedangkan harga yang ditawarkan toko cak Doli untuk sebuah jersey dan sepatu futsal cukup terjangkau konsumen, yaitu antara dari Rp60.000,- sampai dengan Rp300.000,- .

Di sisi lain, promosi merupakan salah satu yang terpenting, karena keberhasilan promosi yang dijalankan membuat sebuah produk yang dijual akan dikenal dan akan dibeli oleh konsumen. Sama halnya dengan promosi yang dilakukan toko cak Doli yaitu memberikan potongan harga kepada pelanggan dan reseller.

Selanjutnya, lokasi atau tempat sangat mempengaruhi konsumen karena dengan letak yang strategis dan mudah dijangkau sehingga konsumen mudah dalam menemukan lokasi yang dituju. Hal ini sama dengan lokasi toko Cak Doli yang dekat akses jalan raya sehingga konsumen mudah untuk menemukannya.

Keputusan konsumen membeli adalah suatu proses pengambilan keputusan yang dilakukan konsumen untuk menetapkan kebutuhan akan barang dan jasa yang perlu dibeli serta mengidentifikasi, mengevaluasi dan memilih diantara alternatif produk, harga, promosi dan tempat. Seperti konsumen yang mengunjungi toko Cak Doli setelah melakukan identifikasi, evaluasi, dan memilih produk yang ditawarkan, harga yang ditawarkan, promosi yang dilakukan, serta tempat yang strategis maka diharapkan konsumen akan melakukan suatu keputusan untuk membeli.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti “Pengaruh produk, harga, promosi, tempat terhadap keputusan konsumen membeli jersey dan sepatu futsal di toko Cak Doli”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang dikemukakan di atas maka pokok permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah secara simultan terdapat pengaruh produk, harga, promosi, tempat terhadap keputusan konsumen membeli jersey dan sepatu futsal di toko Cak Doli?
2. Apakah secara parsial terdapat pengaruh produk, harga, promosi, tempat terhadap keputusan konsumen membeli jersey dan sepatu futsal di toko Cak Doli?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis produk, harga, promosi, tempat secara simultan terhadap keputusan konsumen membeli jersey dan sepatu futsal di toko Cak Doli

2. Untuk mengetahui dan menganalisis produk, harga, promosi, tempat secara parsial terhadap keputusan konsumen membeli jersey dan sepatu futsal di toko Cak Doli

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Memberikan bukti secara empiris mengenai variabel-variabel yang dapat mempengaruhi dalam pengambilan keputusan dalam melakukan suatu pembelian produk. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis pada pengembangan teori pemasaran khususnya teori dalam pengambilan keputusan.

2. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai solusi alternatif dalam pengambilan keputusan untuk memecahkan masalah yang berhubungan dengan variabel yang berpengaruh terhadap suatu keputusan pembelian. Sehingga dapat digunakan sebagai acuan dalam penelitian selanjutnya.